

**БОЧАРОВ Юрий Борисович** — кандидат политических наук, политтехнолог, Израиль (*yurabig@gmail.com*)

**ШИРОКОВ Олег Александрович** — кандидат политических наук; политолог, доцент кафедры философии (517) Московского авиационного института (национальный исследовательский университет) (125993, Россия, г. Москва, Волоколамское ш., 4; *oleg-shirocov@mail.ru*)

## О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ ТЕХНОЛОГИИ ИЗМЕНЕНИЯ КОНФИГУРАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ СИЛ В ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЕ РОССИИ

**Аннотация.** В статье рассматриваются административно-политические модели поведения внепарламентских партий в период их подготовки к выдвижению своих кандидатов на выборы в Государственную думу ФС РФ. Исходя из предложенных моделей, авторы анализируют варианты создания центральных штабов партии с жестким административно-правовым управлением всего выборного процесса. Это позволит новой партии решить комплекс стоящих перед ней задач, а также быть привлекательной для власти при использовании ее в роли «спойлера» для решения вопросов власти как во время избирательной кампании, так, возможно, и после прохождения партии в Государственную думу России.

**Ключевые слова:** выборы, Государственная дума России, внепарламентская партия, кандидаты в депутаты, регионы, административный ресурс, штаб выборов

В современных динамически развивающихся политических процессах государственная власть любого государства лишь тогда способна обеспечить устойчивое политическое управление, когда наряду с экономическими и властными рычагами использует и средства политического маневрирования. Мониторинг общественно-политической активности обязателен для государственной власти в целях создания легитимирующих механизмов ее политически властного долгожительства.

К примеру, продолжение дискурса сложившейся политической системы с правящей партией при имеющемся классическом альянсе с парламентской оппозицией приводит к очевидному нарастанию разрыва общественно-политических связей парламентской оппозиции с электоральной базой, традиционно отказывающейся голосовать как в принципе, так и за сами оппозиционные партии. Последнее — наиболее болезненная ситуация, в т.ч. и для правящей партии, т.к. ломает искусственно моделируемый стереотип электорального демократического диалога общества с государством.

Продолжение этого дискурса вчерашнего дня предначертано: общество, оторвавшись от связей с государством, прекратив отношения с партиями парламентской оппозиции, найдет иные механизмы выражения своих интересов и не контролируемые государством институты их представительства, а это нежелательный для государства сценарий. Но худший сценарий — это распад социальных связей и институтов в обществе, объективная вынужденность со стороны государства применять авторитарно-репрессивные методы предотвращения анархии, бунта для подчинения атомизированного, неуправляемого и неподчиняющегося общества.

Для создания легитимирующих оснований власти на повестку дня ставится моделирование ситуаций, восстанавливающих «мосты» между обществом и государственной властью, возвращающих хотя бы часть общества к участию

в общественно-политических отношениях с государством по политическим правилам государства.

Одним из таких способов выступает допуск в Государственную думу России политической силы, вчера еще представлявшей непарламентскую оппозицию, которая завтра уже способна заявить, что «добилась возможности представлять в Государственной думе народ, который уже давно перестал доверять старой парламентской оппозиции».

Допустим, что такой проект политически может состояться и часть разувевшегося общества повернется лицом к новому формату политических правил игры государства с обществом. Но как «завести» в стены Государственной думы России политические партии, еще вчера бывшие аутсайдерами на выборах? Потребуется как организационные, так и имиджевые, финансовые ресурсы и правильно выбранная модель отбора и построения партии из внепарламентской оппозиции. В прикладном и методическом отношении это могло бы выглядеть следующим образом.

Как показывает практика, в большинстве случаев в период избирательной кампании желательно иметь централизованное управление с четким контролем за действием актива на местах и расходованием партийных средств. Однако для более успешного централизованного управления должны быть созданы определенные условия как в партии, так и вокруг нее.

Рассмотрим ряд основополагающих моментов, возникающих в период избирательной кампании непарламентской партии, идущей на федеральные выборы.

**1. Анализ стартовых условий партии.** Стартовые условия складываются из таких моментов, как:

- численность актива в регионах и его качество;
- узнаваемость на местах и в центре;
- ресурсное обеспечение на местах (по регионам) и в центре;
- наличие местных (региональных) депутатов;
- наличие лидеров общественного мнения как в центре, так и на местах;
- степень авторитарности местной, региональной власти.

**2. Отношения с административным ресурсом власти на местах и в центре.** Анализ всех этих позиций и положительные или отрицательные взаимоотношения с центральной властью позволяют прежде всего определить, закрывает ли партия своей структурой все административно-электоральное поле, на котором партии предстоит работать, или нет.

Здесь важен главный аспект: эта партия сама борется с официальной властью, или ее восхождение к политическому олимпу – это политический проект самой власти.

В случае, если это проект самой власти, при реализации этого проекта центральная власть может столкнуться с противодействием региональных властных элит. Так, желание губернаторов и глав местного самоуправления показать преданность правящей партии или из «спортивного интереса» поспорить с другими губернаторами за выражение преданности к правящей партии может привести к ситуации, когда региональная и местная власти будут во что бы то ни стало «накручивать» административный ресурс на выборах в интересах правящей партии в ущерб ее новому политическому проекту.

**3. Принципы построения партии.** Здесь можно выделить следующие аспекты: – принцип массовости, основанный на членской базе (результат делает масса). Как вариант, партия имеет организованный руководящий актив на местах, но опирается на созданные ею «дочерние фирмы» – общественные организации;

– кадровый принцип (результат делают деньги), хотя в данном случае возможны еще варианты:

- а) деньги пришли от власти «сверху»;
- б) деньги пришли от спонсоров в центр;
- в) деньги пришли от спонсоров для регионов.

При этом во втором варианте также есть две составляющие: деньги идут в центр для решения задач на федеральном уровне или деньги остаются на местах для решения региональных задач.

Казалось бы, при любой комбинации всех трех позиций везде нужен централизованный штаб выборов. При этом как бы основополагающим моментом является отношение власти к партии и вопрос ее финансирования, а точнее, откуда пришли деньги – «сверху» или «снизу», из актива, и для какой цели. Казалось бы, «тот, кто платит деньги, тот и заказывает музыку». Однако в это не всегда так. Предлагаем рассмотреть две возможные линии поведения, а вернее, управления в центральном штабе партии:

– авторитарный, с полным контролем над всеми действиями актива на местах;

– гибкий, при котором каждый из регионов выполняет часть общей задачи.

Однако, как показывает практика, при определенных ситуациях на местах, несмотря на отношение власти к данной партии, и та и другая линия поведения центрального штаба выборов может быть проигрышной. Безусловно, централизованный штаб нужен во всех случаях, только не во всех ситуациях уместен авторитарный подход, который мы более подробно рассмотрим в дальнейшем. Возможно, придется развивать и мотивационно-координирующий подход.

Рассмотрим возможные сценарии организационных моментов партии, идущей на выборы и формирующей свой федеральный список и региональный актив.

*Вариант первый.* В составе партии есть 3–4 реальных (общепризнанных) лидера и региональный актив, не пытающийся оспорить их лидерство и пролоббировать ввод своих претендентов в руководство партии. В этом случае из этих 3–4 лидеров можно смело сформировать первую пятерку (центральную часть единого списка), поощряя менее авторитетных к участию в региональных группах единого списка.

Тогда целесообразно строить жестко централизованный штаб, т.к. деньги приходят не «снизу», из регионов, их «добывают» лидеры списка либо власть (если это ее проект). Работа подобранных в центральном штабе и присланных в регионы наемных политтехнологов будет эффективной. Это наиболее привлекательный властью проект, если он основан на массовой членской базе. Сама членская база сможет снизить своим активным участием затраты на агитацию. Если же членская база вдобавок еще и проникнута идеологией партии либо разделяет четко выраженную предвыборную платформу, понятную и востребованную избирателями, то она сможет оживить в Государственной думе диалог с отжившей себя парламентской оппозицией, создать новые повестки дня для оппозиционного представительства в парламенте страны.

*Вариант второй.* Если партия имеет 6–8 региональных лидеров или лидеров общественного мнения с наполеоновскими амбициями (к примеру, уже избранные региональные депутаты или «чуть-чуть» не избранные в депутаты местные лидеры), то централизованный штаб, исключая амбиции регионалов, только испортит работу.

Если «наполеоны» не увидят себя в центральной части единого списка (первая тройка-пятерка), то скорее всего участие их территорий в выборах «на дру-

гого дядю» будет условным. И ни один политтехнолог, ни одно решение центрального штаба не изменят ситуацию.

Членская база партии будет подчиняться местному лидеру, не считающему необходимым поднимать рейтинг проходных кандидатов из федерального списка, в число которых он не входит. И все имеющиеся в его распоряжении ресурсы, как личные, так и ресурсы центрального штаба, он скорее всего бросит на свою избирательную кампанию в одномандатном округе. И здесь партии не надо строить иллюзии, что «его» избиратели автоматически будут голосовать и за его партию в целом. Как показывает практика, порой в регионах партия набирала голосов в два-три раза меньше, чем сам местный, региональный лидер, предлагающий голосовать «своим» за его бренд, а не за бренд партии. Это своего рода соревнование регионального «наполеона», которому не хватило места в центральной части единого списка, со всей партией.

Попытка центрального штаба сформировать на его территории параллельный штаб для обеспечения федеральных выборов может спровоцировать скандал управленческого и политического характера на радость политическим оппонентам.

В данном варианте (обычно проигрышном для партии в целом) подойдет схема условно централизованного штаба с децентрализацией полномочий, учитывающих мотивацию региональных «наполеонов». Здесь стоит делать ставку на несколько перераспределяющий акцент кампании и на сильную популяризацию «наполеонов», создавая ситуацию концентрации сил для прохождения в депутаты и по одномандатным округам. Мотивационно-координирующий подход будет заключаться в том, что «наполеону» будет предложено погранично-проходное место в партийном списке, т.е. он пойдет первым в своей региональной группе и будет выдвинут по удобному ему одномандатному округу. В чем здесь выигрыш для всех? Понятно, что вслед за лидерской частью общепартийного списка мандаты распределяются между лидерами региональных групп. То есть, «наполеону» придется дотягивать в своем регионе голоса не только для себя в одномандатном округе, но и голоса для партии, чтобы его региональная группа оказалась лучшей, обеспечивающей ему проход в Государственную думу. Для этого, мы уверены, он сам убедит своих узнаваемых партийцев-единомышленников выдвинуться от партии по остальным имеющимся в пределах административно-электорального пространства федеральной группы одномандатным федеральным округам.

В ходе избирательной кампании к такому кандидату может быть проявлено эксклюзивное внимание центрального штаба для учета его «пожеланий» по агитационной продукции, организовано приглашение для участия в федеральных дебатах на центральных СМИ, предоставлено в партийной агитационной газете могут быть предоставлены титульные места для его бренда.

Хорошим мотивационным ресурсом может быть обязательство партии направлять ежемесячно (в случае получения депутатских мандатов в Государственной думе) на региональное отделение партии, которым руководит «наполеон», существенную часть получаемых партией федеральных денежных средств.

*Вариант третий.* В этом случае политический проект власти обеспечен административным и финансовым ресурсом, либо в противовес кому-то партия формируется на основе хорошо пополняемой электоральной базы убежденных сторонников. При этом сама партия живет базовой (либо согласованной с властью) программой, а не амбициями ее региональных лидеров, любым образом стремящихся к депутатским креслам. В данном варианте, естественно, необходим лишь центральный штаб партии с жесткой иерархией и подчинением центру на местах.

При этом в первом случае (с властью) у всех должно быть понимание того, что их «тянет» власть и при появлении местных амбиций ее лидер может просто оказаться за бортом списка, а партия вернется в никуда. Во втором случае (в самостоятельном полете) все понимают, что начинать надо не с лидерских замашек, а с преодоления хотя бы 3-процентного барьера голосов избирателей для получения возможности участвовать в выборах всех уровней без сбора подписей и постепенно накапливать электоральную поддержку, число местных и региональных депутатов для последующего вхождения в Государственную думу. И у такой партии хорошее будущее.

Однако если такая партия планирует сразу идти на федеральный уровень, то у власти, ее курирующей, могут возникнуть определенные сложности на старте, для решения которых партия изначально должна учитывать ряд определяющих моментов. В частности, партия должна иметь:

1) опыт узнаваемого бренда партии или публичных лидеров общественного мнения, вошедших тараном в руководящий состав партии из расчета: один лидер для общепартийного списка и по одному лидеру – для каждой региональной группы;

2) общественные организации, способные выдать свои «добрые дела» за добрые дела партии, которые партия ранее якобы вынуждена была камуфлировать деятельностью общественных организаций;

3) ответы на вопросы: «Кто виноват?» и «Что делать?», при этом область вопросов должна быть в социальной сфере регионального и местного уровней, где необходимо развивать гражданскую активность граждан для самоорганизации и самоуправления.

4) способность сформировать полный состав единого партийного списка и выставить кандидатов по всем одномандатным округам.

Такая партия, работающая с властью на местном и региональном уровне и имеющая небольшое представительство в Государственной думе, должна стать одним из запросов власти для ее новой политической конструкции.

При этом нужно понимать главное: при более 140 млн населения России в стране имеется кадровый голод – нехватка людей, способных превращать свое имя в партийный бренд, отдавать себя общественно-политической деятельности, быть лидерами на местах и в регионах, быть искренними с электоратом, ответственными перед ним, имеющих за плечами «добрые дела» для страны, людей.

*Вариант четвертый.* При данном варианте рассматривается ситуация, когда партия имеет некоторый электоральный потенциал, региональных депутатов, но не имеет денег и поддержки со стороны власти. Здесь вероятен и такой расклад: партия для пополнения своего бюджета «торгует» практически всеми местами в центральном едином списке для прохождения в Государственную думу.

В данном случае также выгодно иметь центральный штаб с авторитарным управлением, т.к. в партии понимают, что «один в поле не воин», а важна возможность дальнейших преференций с исключением сбора подписей. В таком случае в партии решают провести любого возможного кандидата, даже со стороны. В данном случае руководство партии вполне сможет объяснить активу в регионах эту ситуацию и воспользоваться данной уловкой для достижения более важных стратегических целей.

Такие партии, имеющие небогатую по социальному статусу, но убежденную членскую базу, – удобный субъект для новой политической конструкции власти. Это вполне может быть партия умеренной либеральной оппозиции. При небольших затратах на административный ресурс такой проект может быть



полезным для создания диалога власти с умеренной либеральной оппозицией в стенах Государственной думы. Главное, чтобы такая партия чувствовала «рамки» своей оппозиционности, даже повышено радикальной, чтобы иметь возможность привлекать к диалогу с государством разочаровавшуюся во власти часть общества, с одной стороны, и, с другой – вдруг не почувствовать в себе силы для «независимости» от политических правил игры власти.

*Вариант пятый.* Однако если партия набрала вес и имеет возможность сама проводить депутатов и при этом продолжает торговать мандатами для пополнения бюджета, то тогда жесткая централизация организационной работы штаба будет действовать во вред. Вернее, региональные лидеры будут действовать во вред, проводить «итальянскую забастовку»: средний процент партии дадут, но не будут напрягаться из-за кандидатов, которые купили проходные депутатские мандаты. Логика проста: центральный штаб получил для себя деньги, вот пусть сам и работает.

В данном варианте партия обязана учитывать мотивы и потенциал своих региональных лидеров общественного мнения. И даже солидный бюджет в центре не решит проблему противостояния местной элиты и новых спонсоров партии. В данном случае у спонсоров просто не будет возможности воспользоваться потенциалом регионов, а ведь там реальная сила членской базы. И даже при наличии средств, на территории региональных лидеров центральный штаб не наберет ни агитаторов, ни наблюдателей, ни электоральную базу. Возможно, данный вариант и является проходным для партии, но он в основном проигрышный для ее спонсоров.

Понятно, что такой вариант не укладывается и в политическое видение власти. Более того, такие варианты деятельности партий наносят ущерб создаваемой властью конструкции новой политической системы.

*Принципы построения централизованного штаба для управления избирательным процессом.* Как мы видим, при решении ранее поставленной задачи (проведение под патронажем власти в Государственную думу политической силы, вчера еще представлявшей непарламентскую оппозицию, а завтра уже способной заявить, что «добилась возможности представлять в Государственной думе народ, который уже давно перестал доверять старой парламентской оппозиции»), у нас вырисовываются пять вариантов развития событий. Наиболее благоприятным и реально осуществимым, а также контролируемым на всех этапах избирательной кампании является третий вариант.

В зависимости от анализа ситуации на местах и проработки имеющихся партийных структур в регионах можно также использовать вариант четыре и вариант один. Варианты два и пять не подходят для решения базовой задачи из-за больших проблем, создаваемых их активом в регионах. При этом во всех трех вариантах, как мы видим, возникает необходимость создания жестко централизованного штаба по управлению всей избирательной кампанией на местах.

Поэтому, не оставляя в стороне местный партактив (ведь часть его представителей пойдет на выборы по одномандатным округам), надо добиваться создания единой системы взаимодействия, где окончательное решение по большинству организационных вопросов лежит на центральном штабе. Все это также позволит центру изначально наладить более четкую работу с будущими депутатами, которые смогут пройти от региона в Государственную думу России.

С этой целью, как «на войне», выбранная партия должна разработать не только единую избирательную программу, которая должна хотя бы частично быть адаптированной к условиям каждого из регионов, но и создать, как в

армии, единую систему управления своими региональными и городскими избирательными штабами.

Все руководители как региональных, так и городских штабов должны пройти соответствующий курс по организации избирательного процесса при центральном штабе как лично, так и в отдаленном доступе, чтобы у всех было единое понимание действий и указаний центрального штаба. При этом имеется в виду, что региональный актив, идущий на выборах как по федеральному списку, так и по округам, определен партией и одобрен властью, а на местах у региональных представителей власти имеется общее понимание задач, поставленных перед этой партией.

Необходимо разработать единую структуру всех городских и региональных отделений партии и в дальнейшем адаптировать ее к местным реалиям. Необходимо также разработать и основные принципы взаимодействия как с центральными, так и с региональными СМИ, а также принципы подбора агитаторов и активистов для работы на местах. Особое внимание следует уделить агитационной работе на местах с использованием как активистов, работающих по принципу «от двери до двери», так и местной прессы, в т.ч. и виртуальной, а также местных блогов и социальные сети.

Как показывает практика, «малые» партии, идущие на выборы в Государственную думу, обычно готовят две-три листовки, где на одной стороне — лидеры центрального списка, а на другой — региональные лидеры, возглавляющие региональные группы. Также готовится одна партийная газета и делается ряд публикаций в центральных СМИ. Данный подход практически не позволяет провести активную агитационную работу в регионах, а тем более в малых населенных пунктах, куда практически не доходит никакая партийная реклама. В основном там, где возможно выдвижение одномандатников от партии, должна активно использоваться не только «бумажная» региональная пресса, но и все возможные региональные сайты, имеющие хорошую посещаемость.

Не менее важна сегодня и работа в социальных сетях. Как показывает анализ, даже официальные сайты парламентских партий, а также их лидеров в основном работают формально. Как иначе можно охарактеризовать их работу, если партийные материалы, выставленные в Фейсбуке, имеют всего десяток лайков и еще менее репостов, а материалы партийных лидеров имеют лишь на порядок больше и лайков, и репостов. И это партии, которые заявляют, что лишь их партийный актив составляет 150–300 тыс. чел. То есть, партийные материалы вообще не имеют хождения в социальных сетях. Естественно, что партия, идущая на выборы, не может себе такого позволить: она должна и создать специальный отдел для работы в соцсетях, и добиться его связи со всеми региональными штабами, а через них — и с активом на местах.

Все создаваемые структуры в городах должны иметь свой штаб, в т.ч. и в виртуальном пространстве, располагать системой связи, иметь рабочий бюджет и юридическую поддержку на местах. Региональные и городские штабы должны по единой схеме проработать ситуацию в своих избирательных округах и дать центральному штабу свои рекомендации и предложения по следующим направлениям.

1. При определении основной стратегии выборов партии в регионах следует определиться с цифрами и понятиями, такими как «избиратель в районе» (место проживания, место голосования, место агитации), «мой избиратель», т.е. избиратель, которого потенциально можно заинтересовать предлагаемой программой партии. Ведь только поняв, кто является «моим избирателем», можно решить, что ему надо сказать и, главное, как это сделать. А уже из этого понятия и определяется стоимость всего проекта.

2. Необходимо провести анализ СМИ на местах, особенно в виртуальном пространстве, дать предложения по размещению наружной рекламы партии на всех предусмотренных законом местах, а также определить их расценки и объем рекламы.

3. Следует рассмотреть возможности создания дублей партийного сайта с привязкой к региону и его рекламы среди потенциальных избирателей; создать группы поддержки и распространения партийной рекламы в социальных сетях в регионах. Именно активная работа в соцсетях по распространению материалов партии позволит говорить о качестве работы регионального актива и о реальном числе его активистов. Необходимо определить активных блогеров в регионе, через которых можно давать опосредованную рекламу партии или ее региональных лидеров.

4. Следует разработать предложения по своему активу и по возможным группам влияния и поддержки партии в регионах, включая бухгалтерскую и адвокатскую поддержку работы региональных штабов.

5. Необходимо провести анализ по интересующим партию ТИКам и УИКам и дать предложения по участию в работе избирательных комиссий, а также разработать систему контроля за ходом избирательного процесса и определиться со своими наблюдателями, дать предложения по работе в день выборов, а также при проведении досрочного голосования.

Все эти предварительные данные позволят центральному штабу партии не только понять общую картину в масштабе страны, но и рассчитать предварительный бюджет избирательной кампании с учетом всех местных реалий, а значит, своевременно начать работу на местах. Исходя из изложенного выше, предлагается программа образовательного курса для актива, а также услуги по организационному построению как центрального штаба и его подразделений, так и региональных штабов.

При наличии более конкретных данных о партии, идущей на выборы, а также предварительного анализа ее актива в регионах можно подготовить более конкретные предложения по принципам ее работы и путям построения единой структуры.

Обобщая исследование, можно сделать следующие выводы.

1. Трансформация политической конфигурации в публичной власти обеспечивает политическое маневрирование в интересах легитимации государственной власти.

2. Легитимация власти обеспечивается на идеологическом уровне путем как ротации политических партий в Государственной думе России, так и изменения рейтингового статуса среди партий парламентской и непарламентской оппозиции.

3. Государственная власть объективно воспринимает альтернативность применения своего административного ресурса: в выборе либо усиления репрессивного подавления непарламентской оппозиции, либо административного регулирования доступа непарламентской оппозиции в парламентское пространство управляемого ею политического диалога предпочтение отдается второму подходу.

4. Издержки, связанные с неспособностью партий непарламентской оппозиции пройти в Государственную думу России, компенсируются принятием политических правил государственной власти.

5. Условиями гарантированного вхождения непарламентской партии в Государственную думу России являются подконтрольность государственной власти, организация избирательной кампании на основе жесткой централизации в создании предвыборного штаба, подчиненности всего регионального и



низового организационно-агитационного актива единому централизованному руководству, использования новых технологий интервенции в социальные сети.

**BOCHAROV Yuriy Borisovich**, *Cand.Sci. (Pol.Sci.), Political Strategist, Israel (yurabig@gmail.com)*

**SHIROKOV Oleg Aleksandrovich**, *Cand.Sci. (Pol.Sci.); Political Scientist, Associate Professor of the Chair of Philosophy (Chair No. 517), Moscow Aviation Institute (National Research University) (4 Volokolamskoe Highway, Moscow, Russia, 125993; oleg-shirocov@mail.ru)*

## ON SOME ASPECTS OF THE TECHNOLOGY OF CHANGING THE CONFIGURATION OF POLITICAL FORCES IN THE STATE DUMA OF RUSSIA

**Abstract.** *The article examines the administrative and political models of behavior of extra-parliamentary parties during their preparation for the election campaign to nominate their candidates for elections to the State Duma of the Russian Federation. Based on the proposed models, the authors also analyze the options for creating the central headquarters of the party with strict administrative and legal control of the entire election process. This allows the new party to solve the complex of tasks it faces, as well as be attractive to the authorities when using them as a spoiler to resolve issues of power both during the election campaign, and, possibly, after the party has entered the State Duma of Russia.*

**Keywords:** *elections, State Duma of Russian Federation, extra-parliamentary party, candidates for deputies, regions, administrative resource, election headquarters*

---

**АБРАДОВА Екатерина Сергеевна** — ассистент департамента политологии факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве РФ (125993, Россия, г. Москва, ГСП-3, Ленинградский пр-кт, 49; [abradova@yandex.ru](mailto:abradova@yandex.ru))

## ПАРТИИ И ВЫБОРЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

**Аннотация.** *В статье автор выделяет основные этапы формирования партийной системы современной России, рассматривает факторы, оказывающие влияние на ее трансформацию. Парламентские выборы являются важнейшим из данных факторов, поскольку в период до и после выборов изменения происходят наиболее динамично. Отдельное внимание автор уделяет месту и роли политических партий в современной политической системе России, а также их политическому имиджу и авторитету в глазах граждан.*

**Ключевые слова:** *партийная система, выборы, партии, трансформация партийной системы*

В течение почти 30 лет, прошедших с момента ее формирования, современная партийная система России перманентно эволюционирует. В первую очередь это связано с отсутствием четко сформулированных интересов и требований различных социальных групп, которые отражались бы в структуре партийной системы. Интенсивные изменения в избирательном законодательстве, партийных институтах свидетельствуют, что партийная система России меняется. Необходимо четко понимать факторы, оказывающие влияние на данные